

Гадзевич О.І.

АНАЛІЗ СТАНУ ГРОШОВИХ РОЗРАХУНКІВ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто питання організації обліку та аналізу грошових розрахунків з контрагентами підприємства. Особливу увагу приділено стану дебіторської заборгованості з метою підвищення ефективності управління. Своєчасне повернення дебіторської заборгованості сприяє вивільненню оборотного капіталу і отриманню додаткових коштів за проведення підприємством операційної діяльності. Аналіз стану управління дебіторською заборгованістю забезпечує можливість організації підприємства не відчувати різницю в проміжках надходження та витрат грошових коштів як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах.

Ключові слова: аналізування, розрахунки, дебіторська заборгованість, грошові кошти, грошові потоки, договори.

Постановка проблеми. Прибутковість фінансово-господарської діяльності підприємства залежить від раціонального використання грошових коштів, чіткої організації грошових розрахунків. Це визначає ефективність здійснення партнерських відносин з контрагентами підприємства. Проте ці ділянки облікової та аналітичної роботи на підприємствах ще недостатньо розроблені ні в теоретичному, ні в практичному аспектах. Це обумовлює прагнення автора статті приділити увагу аналізуванню обліково-аналітичного забезпечення стану руху грошових коштів і потоків на підприємствах, розробці заходів щодо їх покращення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вітчизняних науковців, дослідження яких присвячені теорії та практиці аналізу грошових потоків і розрахунків, варто відзначити таких, як: Л.А. Бехтер, А.С. Ємельсон, Л.О. Лігоненко, Я.І. Невмержицький, А.М. Поддєрьогін, Р.А. Слав'юк, В.В. Ясишена та інші.

Формулювання цілей статті. Метою статті є проведення аналізу обліково-аналітичного забезпечення стану руху грошових коштів і потоків на підприємствах та розробка заходів щодо їх покращення.

Виклад основного матеріалу. Методом забезпечення прибуткової діяльності підприємства є проведення аналізу його фінансово-господарської діяльності. Її завданням є пошук резервів для покращення діяльності підприємства починаючи з його цілей, організаційної структури аж до споживання продукту. На всіх напрямках проведення аналізу можна помітити приховану ціль, можливо не завжди першочергову. Це забезпечення підприємства необхідною кількістю грошових коштів для ведення діяльності. Тобто, аналіз забезпечує можливість організувати роботу підприємства таким чином, що воно не буде переживати розривів щодо надходження та витрати коштів як у короткостро-

ковому, так і в довгостроковому періодах. Це, в свою чергу, гарантує стабільну роботу підприємства та його конкурентоспроможність на ринку [1, с.196].

Одним з основних напрямів забезпечення підприємства грошовими коштами є аналізування стану розрахунків.

Багатьом підприємствам не вдається ефективно контролювати дебіторську заборгованість. Причина, звичайно, проста: якщо давній партнер вчасно не повернув борг, не хочеться псувати з ним стосунки, тому що може зашкодити подальшим діловим контактам.

Перевагою своєчасного повернення дебіторської заборгованості є вивільнення оборотного капіталу і отримання додаткових коштів для здійснення операційної діяльності підприємства. Однак ефективне управління дебіторською заборгованістю – це не тільки її вчасна інкасація а і частина загального підходу щодо збуту і маркетингової діяльності.

Для аналізу і повернення дебіторської заборгованості необхідні такі дані:

- перелік позицій дебіторської заборгованості;
- перелік потенційних і фактичних дебіторів;
- кредитна історія (транзакції і платежі) покупців;
- якісний склад спеціально призначеного обліково-аналітичного персоналу підприємства [3, с. 97].

Особливу увагу варто звернути на ведення кредитної історії кожного покупця. Наскільки надійними вони були в минулому? Як швидко вони розраховувались з підприємством? Таку інформацію слід включити в систему аналізу управлінської звітності.

Починати контроль за дебіторською заборгованістю слід із організації окремого відділу кредитного контролю. На багатьох підприємствах України за повернення кредитів відповідає відділ маркетингу або його керівництво. Однак ніщо так не ускладнює збут і не ставить їх в незручне становище, як необхідність починати ділові переговори з фрази «Ви ще не розраховувалися з нами». Поклавши

цю функцію на окремих відділах підприємства, можна уникнути такої неприємної ситуації. Якщо справою повернення дебіторської заборгованості будуть займатися керівники, власники підприємства, а не економічний відділ, що просто виконує свої функціональні обов'язки, існує ризик втрати значної кількості покупців.

Важливо скласти список покупців за обсягом їх купівель. Політика кредитного контролю на підприємстві має бути схожою на систему управління запасами: слід зосередитись на найбільш платоспроможних покупцях, на яких припадає переважна питома вага реалізованої продукції. Встановити на підприємстві процедури інкасації по кожному з таких рахунків. Після затвердження цих процедур вищим керівництвом, власниками підприємства, головним завданням працівників економічних підрозділів – працювати у визначених цим документом межах. Керівництво підприємства, його власники чи відділ маркетингу займатимуться питаннями кредитного контролю не щоденно, а у випадку, коли ситуація вийшла з-під контролю.

Головне – не вважати угоду з продажу виконаною, поки покупець не розрахувався за поставлену продукцію. Якщо обрати такий підхід і організувати ефективну систему обліку дебіторської заборгованості, контролювати стосунки з дебіторами буде порівняно нескладно.

Підрозділи підприємства мають щомісяця складати відповідний звіт, за яким керівництво могло б контролювати ситуацію щодо повернення дебіторської заборгованості. Такий звіт можна скласти і без комп'ютера – досить просто навести баланс кредиторської заборгованості відповідно до кількості днів від дати поставки.

Запровадивши таку систему звітності, слід принаймні щомісяця звітувати про динаміку дебіторської заборгованості посадовим особам. Дебіторів, що не повертають борги, слід виділити в звіті як кандидатів на припинення кредитування. Відмова відпускати продукцію клієнту – це складне рішення, яке не можуть приймати лише обліковці та аналітики. Це має бути спільним рішенням відділу маркетингу та керівництва, власників підприємства.

Другим корисним інструментом контролю є аналіз коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості. Він є результатом співвідношення середнього балансу дебіторської заборгованості на весь обсяг продажу в кредит за період, помножений на кількість календарних днів у році. Цей коефіцієнт відображає середній термін дебіторської заборгованості в днях за рік. Загалом, якщо середній строк повернення дебіторської заборгованості на підприємстві не перевищує місячний термін, це означає, що контроль за дебіторами налагоджений добре. А якщо цей показник перевищує квартальний термін, то таке підприємство працює не досить ефективно [2, с. 57].

Коефіцієнт інкасації та аналіз строків дебіторської заборгованості є чудовими інструментами, однак вони допомагають проаналізувати лише минулі періоди. При прогнозуванні поведінки

боржників, у майбутньому аналітична робота складає основу кредитних рішень і вимагає обґрунтованих припущень. По-перше, необхідно звернути увагу на частину найбільших дебіторських рахунків, особливо на ті, що можуть бути ризикованими. Для оцінки ризику ділових стосунків доцільно знати історію розрахунків того чи іншого покупця. Таку інформацію можна отримати у відділі збуту. Неможливо спрогнозувати рух грошових коштів покупця у майбутньому, але переглянувши стосунки з ним за кілька попередніх місяців, можна уявити рівень ризикованості майбутніх угод з ним. Доцільно з точки зору довготермінової перспективи проводити аналіз кредитних рішень в термінах як майбутніх, так і поточних потоків грошових коштів.

Раціональною є розробка гнучкої системи договорів, політики, яка допоможе контролювати дебіторську заборгованість від самого початку цього процесу.

Відпускати всю продукцію лише на умовах стовідсоткової передоплати було б найбільш раціонально, але така система оплати обмежує можливість підприємства, так що для розвитку бізнесу доводиться погоджуватися на певний кредитний ризик.

Часткову передоплату доцільно пропонувати новим покупцям, які ще не мають кредитної історії. Прогресивне виставлення рахунків часто вживається в таких галузях, як будівництво і консалтинг. У ненадійних покупців можна вимагати банківських гарантій, а вже старим покупцям за своєчасні чи дострокові розрахунки можна запропонувати знижки [4, с. 115].

Інколи за допомоги системи гнучких цін можна прив'язати ціну товару до вартості сировини чи матеріалів, з яких він виробляється. Це інший підхід, ніж давальницька схема, застосована на багатьох українських підприємствах, адже виробник залишається відповідальним як за закупівлю сировини, так і поставку готової продукції.

Контролювати дебіторську заборгованість можна шляхом впровадження знижок. Існують знижки різних видів. За допомогою знижок можна прискорити розрахунки, розвивати свій бізнес і поєднувати кредитну політику з маркетинговими заходами.

Якщо бізнес є сезонним, або якщо підприємство працює нестабільно, можна запропонувати покупцям знижки протягом спаду виробничої діяльності. Незначне зниження прибутку буде, мабуть, невеликою ціною, якщо такими заходами вдасться стабілізувати рух грошових коштів за рік у цілому [5, с. 122].

На підприємстві повинна бути розроблена обґрунтована чітка налагоджена кредитна політика, яка врегульовуватиме взаємовідносини контрагентів. Це обумовлюється тим, що на даний час більшість підприємств користуються відтермінуванням платежу. Надходження грошових коштів безпосередньо пов'язане з обсягом реалізації продукції, а тому є важливим налагодження чіткого контролю за тими споживачами продукції, які її купляють з

відтермінуванням платежу. Такий контроль має носити системний характер і забезпечувати реалізацію товарної політики інкасації заборгованості дебіторів, введення у відповідні регламентні правила порядку надання кредитів, облікових процесів їх контролю повернення. Підприємствам необхідно визначити оптимальний розмір кредиту, що надають споживачам як безпосередньо самі, так і установами банків. Вони повинні розробити заходи із кредитування, які були б сприятливими як для контрагентів, так і для забезпечення оптимізації свого ризику. Розробка таких заходів має бути узгодженою з системою власних розрахункових відносин зі своїми постачальниками. Має бути взаємоузгодженість з операційними і фінансовими витратами, рівнем оборотності власних активів.

При розробці кредитної політики підприємство має враховувати свою стратегію відносно збільшення в перспективі обсягів реалізації, досягнення максимальної величини прибутку з кожної одиниці товару при оптимальному обсязі реалізації продукції, прискорення обороту обігових коштів.

Розробка кредитної політики підприємства має враховувати сегменти ринку, коло покупців, рівень ринкової конкуренції, цінову політику, систему санкціонування і стимулювання, ризику неповернення з метою усунення безнадійної дебіторської заборгованості. Доцільним є врахування кредитної історії, тобто типу покупців, посередників, дотримання покупцями платіжної дисципліни.

Підприємствам при розробці кредитної політики необхідно враховувати динамічність виробництва підприємств, кому надається кредит, сезонність випуску продукції. Необхідно враховувати тривалість операційного циклу, виходячи зі складових його визначення.

Деякі економісти-аналітики пропонують для контролю стану розрахунків розробку бюджетів дебіторської заборгованості у розмежуванні контрагентів, напрямів діяльності підприємств. Це дозволить спланувати рівень дебіторської заборгованості на прогнозований період часу при можливості коригування її рівня. При розробці бюджету дебіторської заборгованості повинні враховуватись і можливі наслідки її наднормативної величини. Зокрема, надтермінова дебіторська заборгованість веде до дефіциту грошових коштів підприємства, просроченої кредиторської заборгованості, нестачі виробничих запасів підприємства, збільшення потреб у позичкових коштах. Все це в кінцевому результаті призведе до зниження виручки від реалізації продукції, збільшення її собівартості і, як кінцевий результат, зниження прибутку, можливих загроз його банкрутства.

Аналіз стану дебіторської заборгованості підприємств свідчить, що її зменшення, на противагу кредиторській, може відбутись з причини погіршення відносин з контрагентами, зменшення кількості споживачів продукції, а її збільшення – наслідком неплатоспроможності споживачів.

Дискусійним є твердження, що перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською свідчить, що підприємство залучає в оборот більше

коштів, ніж вивільніє їх з обороту, а значить раціонально їх використовує. На практиці підприємства змушені погашати свої боргові зобов'язання незалежно від стану дебіторської заборгованості.

Отже, ефективне управління дебіторською заборгованістю є життєвою необхідністю, оскільки рівень дебіторської заборгованості безпосередньо впливає на надходження грошових коштів. Ефективний процес повернення дебіторської заборгованості слід формалізувати; завдяки гнучкій ціновій політиці і знижкам можна максимізувати довготермінові прибутки покупців.

Плануючи заходи для поповнення обігових коштів, як правило, мають на увазі скорочення товарних запасів чи повернення простроченої дебіторської заборгованості. Але, якщо підприємство балансує на межі банкрутства через брак грошових коштів, можливо, доведеться продавати активи, які використовуються неефективно чи вже не використовуються в основній діяльності підприємства. Позитивними наслідками такого кроку є надходження «живих» грошей, а також скорочення потреби в грошових коштах.

На більшості підприємств є ресурси, потрібні для детального аналізу активів з точки зору грошових потоків. Спеціально призначена група повинна переглянути баланс, звіт про фінансові результати, а також звіт про рух грошових коштів та визначити активи, які споживають більше коштів, ніж заробляють. Якісно виконати цей аналіз, не виходячи з офісу, мабуть, неможливо – потрібно на власні очі переконатися, як працюють виробничі підрозділи підприємства, та поговорити з виробничим персоналом. Для цього потрібен час і зусилля, а тому критично важливою для успіху є повна підтримка з боку керівництва, власників підприємства.

Отже методом максимізації результату господарювання та забезпечення позитивного грошового потоку є аналізування стану грошових розрахунків підприємства з його контрагентами.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Метою аналізу портфеля реалізації продукції, або асортимента продуктів підприємства в цілому є збалансування продукції в стадії зрілості, тобто продукції, яка дає позитивні грошові потоки, і продукти на ранніх стадіях життєвого циклу, з від'ємними чи нульовими грошовими потоками. Така збалансованість допомагає оптимізувати фінансові результати підприємства у довгостроковий період часу. Метою підприємства є – збільшення грошових потоків для розробки нового продукту. Виробник може навіть змиритись із втратою частки ринку.

Важливим фактором безперебійної та стабільної роботи підприємства є наявність достатньої кількості грошових коштів для фінансування його діяльності, тому особливо актуальним і важливим є управління, контроль стану розрахунків. Провідне місце при організації цієї роботи займають результати аналізування процесу розрахунків. Все це дозволяє оцінити організацію фінансового контролю на підприємстві.

Ефективне управління дебіторською заборгованістю є життєво необхідним, оскільки рівень дебіторської заборгованості безпосередньо впливає на надходження грошових коштів. Ефективний

процес повернення дебіторської заборгованості слід формалізувати; завдяки гнучкій ціновій політиці і знижкам можна максимізувати довготермінові прибутки покупців.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия / И.А. Бланк – К. : Ника-Центр, Эльга, 2003. – 496 с.
2. Быкова Е.В. Показатели денежного потока в оценке финансовой устойчивости предприятия / Е.В. Быкова // Финансы. – 2000. – №2. – С. 56–59.
3. Єрмошкіна О.В. Управління фінансовими потоками промислових підприємств: теорія, практика, перспективи: монографія /О. В. Єрмошкіна; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Д. : Нац. гірн. ун-т, 2009. – 479 с.
4. Лігоненко Л.О. Управління грошовими потоками: [навч. посіб.] / Л.О. Лігоненко, Г.В. Ситник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 255 с.
5. Поддєрьогін А.М. Ефективність управління грошовими потоками підприємства / А.М. Поддєрьогін, Я.І. Невмержицький // Фінанси України. – 2007. – №11. – С. 119-127.